

### CAPÍTULO III

## GASTO "ESTRATÉGICO" Y UNIDAD "ACTIVA"

La gran empresa es una organización, de ninguna manera es ese punto hacia el cual fluyen los factores de la producción, capital y trabajo y del cual, a su vez, fluyen los productos, siendo los dos movimientos el efecto de fuerzas neutras análogas a las del mundo físico.

Las grandes empresas funcionan generalmente como oligopolios y éstos no sufren pasivamente el sistema de los precios, sino que contribuyen a formarlos con sus decisiones; no son acatadores sino forjadores de precios.

En una palabra, su actividad tiende a cambiar el ambiente de actividades mediante estrategias en las que las actividades mercantiles y las operaciones fuera del mercado se prestan mutuo apoyo para obtener, al final, el máximo lucro neto.

Esto naturalmente implica gastos que no entran en el costo de producción, puesto que son costos de transformación del ambiente en que operan las grandes empresas.

Pueden llamarse a éstos, gastos estratégicos que obligan a un análisis del cálculo económico y que forman parte del riesgo que se corre por una empresa que al hacerlos podríamos llamarla "activa".

Ahora bien, como dice François Perroux, la gran empresa activa modifica en su ventaja el ambiente de su propia expansión, con procedimientos que los industriales y los

banqueros conocen muy bien pero que los libros de texto ignoran por no ser realistas y querer fundar los resultados en el juego de precios y de cantidades y no en la actitud deliberada y activa de los empresarios.

La gran empresa modifica el ambiente cambiando su estructura al fusionarse con empresas que somete o al formar filiales, quedando todas sujetas a su estrategia.

Por supuesto que todos estos procedimientos tienen un costo y se explican por el resultado neto esperado, que no es sino aumento en la ganancia. Para esto, la gran empresa flexiona también, en su favor, la infraestructura y las reglas públicas del juego económico en una región.

Es así como los impuestos, las leyes urbanísticas, los caminos o cosas semejantes, se convierten en objeto de negociación en lugar de serlo de legislación.

Si además de lo anterior recordamos que cuando las grandes empresas actúan transnacionalmente, y esto lo hacen solidariamente con sus naciones de origen, tenemos entonces que pensar en:

1. Que las estructuras de las empresas y de las naciones arrastran la actividad de esas grandes unidades y su aptitud para modificar el medio en que operan en beneficio de su expansión.

Es pues la combinación de las estrategias de las firmas y de las naciones lo que constituye la realidad profunda que debe abordarse si se quiere entender el comercio internacional.

Ahora bien, sus gastos estratégicos para fundar y extender sus zonas de expansión deben tomarse en cuenta en la interpretación y el contenido de las reglas de juego en el tráfico internacional.

Por supuesto que en el último cuarto de siglo las competencias comerciales en el campo internacional se parecen más bien a la guerra económica.